

Rádio e regionalização na sociedade da informação: o caso brasileiro

Texto apresentado no I Encontro Lusófono de Ciências da Comunicação, Lisboa, em 19/04/97

O ACELERADO PROCESSO de convergência entre as três tecnologias tradicionais - telefonia, televisão e informática, tem acarretado o que se tem denominado de "Revolução Interativa" e suas consequências. Num mesmo meio fusionam-se computador, televisão, vídeo e telefone, capaz de receber ao mesmo tempo dados, texto, som e imagem. Esta revolução interativa disseminada através das chamadas "autopistas (ou superpistas) da informação" gera a possibilidade de um volume de informação e de uma comunicação nunca antes imaginados.

É interessante salientar que o conceito de "autopistas da informação" teve a sua origem nos Estados Unidos e que, a seguir, a Europa passou a designar o fenômeno por "sociedade da informação". De acordo com o Comissário das Comunidades Europeias, Martin Bangemann (1996: 5),¹ as diferenças do conceito já estão nos enunciados. "Os americanos colocam como um problema de redes - autopistas da informação - o que indica que, para eles, o principal reside em conseguir uma rede eficaz. Nós escolhemos o título de Sociedade da Informação indicando que o mais importante não são os aspectos técnicos e, inclusive, os econômicos da rede. Mas, sim, a influência na sociedade, no modo em que aprendemos, trabalhamos e vivemos".

Não é propósito deste texto discutir as questões conceituais nem a evolução do desenvolvimento tecnológico deste tema. No entanto, é preciso ressaltar, conforme Dennis (1996: 24) que, utilizado de forma deficiente, o termo "superpistas da infor-

Dóris Fagundes Haussen

Doutora em Ciências da Comunicação, ECA/USP
Professora da FAMECOS/PUCRS e da FABICO/UFRGS
Coordenadora do Curso de Pós-graduação em Comunicação da PUCRS

mação" pode-se resumir a analisar o assunto sob dois ângulos: num deles, o fenômeno é associado às redes complexas de informação, armazenamento e recuperação de dados associadas atualmente à Internet (a rede das redes), que chega às residências mediante o computador pessoal ou algum outro tipo de dispositivo. O outro enfoque vê a superautopista da informação como a televisão da abundância, um sistema de 500 canais, ou mais, possibilitado pelas técnicas da fibra ótica e da comutação de pacotes.

Conforme o autor, o conceito de autopista expõe uma proposta radical para a "definitiva alfabetização da informação". De um lado situa-se o grande estoque da informação acumulado pelas instituições da sociedade. Do outro, a comunidade, onde se encontram os potenciais usuários, produtores e recicladores da informação. Entre os dois pólos acham-se vários sistemas, instrumentos e tecnologias capazes de proporcionar informação, conhecimento e dados àqueles que os desejam ou necessitam. E também as interferências possíveis de nível cultural, político, econômico, social, legislativo, etc.

Ainda segundo o autor, no entanto, "a tecnologia se encontra muito adiantada em relação ao conteúdo(...) Existe atualmente uma quantidade limitada de conteúdo, seja de programação de televisão ou de outro material de forma textual ou visual".² Evidentemente, a possibilidade de que existam estes canais não significa a obrigatoriedade de preenchê-los com informação. Há, inclusive, cálculos apontando que o setor da comunicação representará cerca de 8% desta atividade. O restante deverá ser utilizado pelo comércio, saúde, governo, produção e setor imobiliário.³ Da mesma forma, a existência de canais não significa, também, que todos venham a ter acesso aos mesmos. As discussões sobre a sociedade da informação apontam, justamente, a preocupação com a possibilidade da con-

figuração de dois tipos de sociedade: a que terá e a que terá pouco (ou nenhum) acesso às novas tecnologias.⁴

Neste ponto gostaria de fazer referência à questão do rádio enfocando, especificamente, o tema da tecnologia e, de forma mais abrangente, o fenômeno da regionalização na era da globalização mundial e os seus possíveis reflexos sobre os conteúdos das emissoras radiofônicas.

A evolução tecnológica

Nas discussões, debates, e literatura sobre a sociedade da informação, aborda-se exhaustivamente o tema da televisão e da informática. No entanto, o desenvolvimento tecnológico possibilitará um grande aumento do número de canais radiofônicos o que também acarretará significativa alteração no ecossistema deste meio de comunicação. Tanto pelo elevado número de canais como pelas mudanças na operação (rádio digital), na qualidade de som, na estética da apresentação, nos conteúdos e na configuração do veículo em relação aos demais mídia neste novo tipo de sociedade.

O rádio digital significa mais uma etapa na evolução do meio mais antigo da comunicação de massa. Talvez uma etapa mais radical em relação à que enfrentou nas décadas de 50 e 60 quando sofreu a grande crise da concorrência do novo veículo que era a televisão. E da qual saiu graças, justamente, à novas tecnologias - o transistor que o liberou de um pesado receptor e o tornou portátil e a Frequência Modulada que possibilitou aumentar o número de emissoras, melhorar o som, segmentar a programação e criar novas linguagens.

Na atualidade, o uso de satélites de comunicação, seja do tipo multiponto, que permite a emissão simultânea em vários pontos diferentes e melhora a cobertura, ou de satélites de difusão direta, que possibili-

tam uma melhoria na qualidade de som e a redução de áreas de sombra, tem contribuído para manter vivo o interesse da audiência. A tecnologia digital, por sua vez, deverá trazer novo aporte devido à qualidade de som similar à do CD bem como a recepção nítida das emissões, sem interferências. Por outro lado, a possibilidade da transmissão de dados e imagens fixas ao mesmo tempo acarretará modificações relativas aos conteúdos.

A evolução tecnológica deverá alterar, ainda, o regime de concessões e a legislação, as possíveis bandas de utilização, os novos equipamentos transmissores e os aparelhos receptores. O perfil dos profissionais que atuam no meio também já está sendo modificado, uma vez que é necessário entender, ao mesmo tempo, da tecnologia, da estética da apresentação e dos conteúdos. Por consequência, as escolas de Comunicação onde os interessados vão buscar a sua formação necessitam reciclar-se rapidamente para dar conta do preparo deste novo tipo de profissional.

É importante lembrar, ainda, que neste contexto, de abundante oferta de informação, a audiência será cada vez mais exigente e dela dependerá, inclusive, a sobrevivência de muitas emissoras. Já em nível internacional, há um fenômeno que vem se configurando e que necessita ser analisado com atenção quando há proposta de refletir-se sobre a presença dos meios de comunicação na nova sociedade da informação: o das tensões entre o regional/local, o nacional e o global.

Globalismo e regionalização

A globalização, característica deste final de século XX, configura-se, segundo Ianni (1996: 98), através do jogo das forças sociais, das controvérsias políticas, das operações econômicas e dos movimentos históricos agilizados pela tecnologia eletrônica.

Neste contexto, altera-se a sociedade nacional, em suas várias significações e conotações. "Quando se reconhece que a sociedade global, em suas configurações, envolve outra realidade histórica, geográfica, demográfica, antropológica, política, econômica, cultural, religiosa e lingüística, então cabe refletir sobre as modificações que essa nova realidade incute na sociedade nacional".

Neste novo contexto, na medida em que os estados nacionais de alguma forma internacionalizam-se e diminuem a sua área de atuação a tendência é a de que as regiões se fortaleçam. "Associada e implicada com esta crise do Estado-Providência, a internacionalização da economia, ao levar à desvalorização da soberania fiscal e monetária dos Estados, deu também campo ao fenômeno da regionalização", salienta Francisco Pires (1996: 13), referindo-se à questão na Europa. Ainda, segundo o autor, o renascimento da regionalização nos anos 70, 80 e 90 deve-se a um ambiente caracterizado pela perda da influência macro-econômica do Estado no sistema global, pela chamada às regiões para a resolução de certos problemas de reestruturação em larga escala e ao aparente sucesso de algumas regiões mais dinâmicas.

Nesta análise sobre o fenômeno da globalização/regionalização européia salienta-se também o avanço da revolução científica e tecnológica e a disseminação dessas tecnologias auxiliando a remover o centralismo, a concentração e a excessiva burocratização. O estado-nação continua a ter um papel importante na criação e institucionalização do sistema econômico regional. Aos poucos, no entanto, as estruturas governamentais nacionais vão se conformando à lógica do regionalismo que se situa, precisamente, no contraponto entre nacionalismo e globalismo:

"Uns supõem que o regionalismo pode fortalecer a nação, ao passo que

outros sabem que o regionalismo é a mediação indispensável entre o nacionalismo e o globalismo.”(Ianni, 1996: 152)

Esta nova forma de agrupação de economias e espaços nacionais realiza-se em torno da dinâmica de integração da economia mundial e exige uma redefinição dos sistemas de comunicação e de seus espaços de atuação.

Estes, por sua vez, encontram-se conectados por uma nova dinâmica de articulação com uma lógica de ação global que, por sua vez, se infere da atividade econômica mundializada. E os principais atores econômicos que definem estes novos espaços são as companhias transnacionais (Murciano 1996).

No interior destes macroespaços os meios de comunicação constituem um dos elementos centrais: favorecendo a criação e a difusão da moderna cultura audiovisual, redefinindo as novas identidades coletivas, contribuindo com a criação de uma cultura política comum:

“A esfera do comunicativo é, portanto, o elemento de enlace entre os novos espaços regionais e a dinâmica global do sistema. Ela constitui o nexó simbólico que permite a articulação dos espaços relativos ao local, ao regional, ao nacional e ao mundial.”(ibid: 5)

Estes fenômenos, portanto, estão ligados entre si - são as faces de uma mesma moeda. Em relação ao caso específico da comunicação pode-se dizer, assim, que há uma tendência ao convívio “de uma mega-comunicação com uma micro-comunicação que vem, muitas vezes, reabilitar a imprensa regional e as rádios locais. A globalização e os receios da unidimensionalidade crescente são contrabalançados pela reivindicação de produtos culturais mais marca-

damente nacionais, regionais e locais” (Bassand, in Pires 1996: 15).

Rádio e regionalização no Brasil

A configuração internacional dos países em grande blocos econômicos é, portanto, uma das características da sociedade atual, organizando o capitalismo global em “subsistemas econômicos regionais”(Ianni, op. cit.).

Neste sentido, o Brasil passou a fazer parte, desde 1985, do MERCOSUL - Mercado Comum do Sul, juntamente com o Uruguai, a Argentina e o Paraguai. De início, apenas Brasil e Argentina participaram do acordo que contou, posteriormente, com a adesão do Uruguai e do Paraguai. Mais recentemente o Chile buscou aproximação, assim como a Bolívia e outros países latino-americanos têm manifestado a intenção de integrar-se. Como outros blocos, o MERCOSUL tem favorecido a dinamização de negócios, empreendimentos e alianças, bem como incentivado a desestatização, a privatização e a reforma do estado.

O setor das telecomunicações, pela sua especificidade, aponta as privatizações mais concorridas. Recentemente, por exemplo, a Companhia Riograndense de Telecomunicações - CRT, entrou neste processo tendo sido adquirida, em parte (35%), pela Companhia Telefônica Internacional Espanhola que, por sua vez, está aliando-se à Portugal Telecom. A situação exemplifica a questão da aglutinação e expansão das grandes empresas transnacionais dentro do novo panorama mundial da globalização.

Quanto ao desenvolvimento tecnológico do setor, o Brasil tem se desenvolvido razoavelmente. Neste sentido, em 1996, a Embratel completou a interligação por fibra ótica entre Fortaleza, no nordeste, e Florianópolis, no sul do país. O sistema possibilitou que fosse duplicada inicialmente a capacidade de transmissão de voz,

imagem, texto e dados entre 12 capitais de estado. A nova rota, de 5100 quilômetros, faz parte da Rede Nacional de Fibras Ópticas que prevê atender a demanda brasileira por vinte anos. A Rede pretende, ainda, interconectar Brasília às capitais de estado além de dotar o país com uma superestrada de Informação que será também via de transmissão entre os países sul-americanos e o resto do mundo.⁵

Deste modo, as iniciativas públicas aliadas às privadas estão possibilitando ao país, de uma maneira geral, poder contar com a base para participar da Sociedade da Informação. Neste contexto, as emissoras de rádio - cerca de três mil em todo o país - também estão, de alguma forma, articulando-se para aproveitar e sobreviver neste novo momento. Uma das feições que está se delimitando é a da configuração em redes, algo que não era comum no sistema radiofônico do país.

Em relação ao caso específico do jornalismo, Meditsch (1996) considera que a eficácia da cadeia de produção traz a sua simplificação como contrapartida à acumulação de funções pelos profissionais. Para isso, concorrem o computador e as possibilidades de transmissão de dados e do som através de satélites e redes digitais.

A simplificação é obtida, assim, pelo advento de uma nova divisão do trabalho no radiojornalismo, tal como ocorreu anteriormente na produção musical, que foi assumida inteiramente por uma indústria fonográfica exterior às emissoras:

“A tecnologia permite agora que o mesmo ocorra em relação à produção de informação, e o primeiro resultado disso é a formação de redes de emissoras veiculando uma mesma programação jornalística a nível nacional, com um mínimo de diferenciação mantida apenas para as informações de caráter local.”(p. 97)

O autor localiza dois tipos de redes: a que procura cobrir todo o território nacional com uma programação fechada, através de um conjunto de emissoras próprias ou associadas, e aquela que distribui apenas módulos jornalísticos para serem incluídos nas grades de programação local.

Em última análise, o que está ocorrendo é uma otimização dos recursos e atividades, como na indústria em geral. Só que, no caso, trata-se de informação/comunicação e, conseqüentemente, de seu impacto direto na cultura. E, quando se fala de cultura brasileira ou latino-americana, está se referindo a algo dinâmico, híbrido, em processo.

Segundo Ford (1993), tudo isto se inscreve em lutas de longos tempos, que às vezes excedem as discussões colocadas pelo desenvolvimento do capitalismo:

“Não é raro que muitas novas tecnologias de interface, hipertextos, multimídia se conectem com velhas formas culturais e que isto produza como que um efeito de revisão da cultura do Ocidente. Mas talvez isto não seja o mais importante.” (p. 37)

Conforme o autor, o fundamental é que estamos em uma etapa de crise também nas formas como se constrói o sentido, se argumenta, como se narra, se percebe. E que também está presente nas velhas discussões em que a América Latina enfrentou-se com as culturas provenientes da racionalidade instrumental.

“Nossas barbáries tiveram muito de defesa da cultura do homem frente a uma racionalidade que foi realmente bárbara”, diz Ford, e cita José Hernandez, autor de Martín Fierro, há mais de cem anos:

“O partido que invoca a ilustração, a decência, o progresso, acaba com seus inimigos acertando-os a punhaladas”.⁶

Redes e conteúdos

A formação de redes radiofônicas no Brasil é, assim, uma questão relevante uma vez que ocorre justamente no momento em que a nível mundial acontece o fenômeno de ajuste entre o global, o nacional e o regional. E as emissoras brasileiras possuem, em sua maioria, um caráter local/regional que poderá vir a se modificar com a imposição de programações de cunho nacional (internacional, no caso das musicais) ou, ainda, de outras regiões mais centrais do país.

Trata-se, portanto, de uma oportunidade para se discutir sobre os conteúdos adotados por essas novas redes que deverão surgir (ou já estão em funcionamento). E, também, das emissoras em geral.

A tendência é de que se aproveite o momento para reduzir custos e encargos sem levar muito em consideração os conteúdos.

No entanto, como já foi citado, a audiência deverá ser cada vez mais exigente devido ao maior número de emissoras e à consequente diversificação, além da futura concorrência dos canais de TV comunitários que deverão surgir. Sem falar no próprio rádio digital por cabo (embora este se diferencie por cobrar taxa do assinante).

Este é um dos aspectos da questão. Outro é relativo às próprias características do veículo que, ao ser portátil, não contar com imagem e dispor apenas de som presta-se a chegar mais diretamente ao ouvinte, como se falasse a ele individualmente:

"O apelo afetivo reforça a empatia sedutora da audiência, reforçando a função encantatória do medium (...). É por isso que, mais do que o conteúdo, é o jogo plástico das materialidades expressivas da voz que distingue o discurso radiofônico. O efeito deste trabalho plástico é a cumplicidade." (Rodrigues 1996: 54)

Esta proximidade oportuniza, assim, que os conteúdos da realidade mais próxima, do cotidiano, sejam os mais aceitos.

Por outro lado, Belau (1997: 278) aponta outros aspectos: o rádio não é universalizável, como a televisão. A completa inteligibilidade da imagem e a estruturação como espetáculo construíram uma TV universal, quase idêntica em 80% da programação em todos os países:

"O rádio é e sempre será nacional, regional e local porque toma sua vida de nossa vida e a sua expressão da palavra, e esta da língua que nos é própria a cada um. E esta, por sua vez, de uma determinada evolução, de uma cultura, de uma história, de uns condicionamentos sociais, econômicos, artísticos, etc."

E, por fim, o autor salienta o argumento técnico: "a tecnologia segue imparável o seu caminho em direção à integração dos distintos setores da indústria em um processo acelerado, exclusivo e excludente que fará desaparecer a quem se detiver em meio à torrente das inovações".

Exemplificando a questão, uma pesquisa concluída em 1996 no Rio Grande do Sul sobre a indústria cultural gaúcha⁷ procurou detectar os índices relativos aos temas locais, regionais, nacionais e internacionais dos programas mais ouvidos das emissoras de rádio. Na capital do estado, Porto Alegre, constatou-se, em relação aos dois programas jornalísticos mais ouvidos, o seguinte: em uma emissora os assuntos locais e nacionais apareciam em primeiro lugar, com a mesma proporção - 38% - seguidos pelos regionais - 25% - e internacionais - 12%. Já na publicidade predominava a regional - 51% - seguida pela nacional, 32%, a local, 15% e a internacional, 2%. Na outra emissora, a proporção era de 45% de assuntos nacionais, 30% de assuntos locais, 15% de regionais e 10% de internacionais.

Observa-se que grande parte dos temas nacionais tinham relação com o estado, vindo em geral de Brasília (assuntos políticos, econômicos, etc.) Quanto à publicidade, predominavam os anunciantes regionais: 45%, os locais com 30%, os nacionais com 25%, não havendo anunciantes internacionais.

Verifica-se, desta forma, uma predominância de assuntos locais e nacionais, seguidos pelos regionais e, por último, de temas internacionais. Este equilíbrio entre o local e o nacional é, num certo sentido, saudável (dependendo, evidentemente, de como os temas são tratados), uma vez que possibilita a visão mais abrangente dos fenômenos do cotidiano.

Quanto à publicidade, a predominância é da regional. Na emissora com discurso popular mais ouvida, os índices tanto de conteúdo quanto de publicidade apontavam a predominância da temática local. Em relação às emissoras do interior do estado com feição jornalística, os índices apontaram a preponderância de assuntos e publicidade local.

Parte da pesquisa, realizada em Santa Maria, cidade universitária, no centro do estado, indica alguns dados interessantes uma vez que conta com emissoras que fazem parte de redes. Nos programas mais ouvidos de emissoras informativas da região, a predominância é de assuntos locais, em torno de 95%.

Já em emissoras FM, de redes, por exemplo, há índices de 100% de enfoque nacional no discurso falado daquelas que têm a matriz no centro do país. É predominância de temas regionais quando a cabeceira é na capital do estado. Quanto a música dessas emissoras há o predomínio internacional e nacional.

Observa-se, portanto, que as emissoras locais procuram atender ao interesse direto

da audiência enquanto aquelas que entram em rede tratam de impor uma programação que vem pronta.

A questão da estruturação das redes, portanto, merece atenção pois, dependendo de como forem organizadas, poderão vir a agir agressivamente sobre as culturas locais. Não se trata aqui de defender a cultura local como se fosse a única, a verdadeira. Lembrando Ortiz (1994: 117), "se a autonomia do Estado-nação encontra-se comprometida com o processo de globalização da sociedade, por que a cultura permaneceria intacta, imune aos humores do sistema mundial?".

De qualquer forma, é certo que os processos de convergência entre cultura, comunicação e tecnologia podem ser considerados irreversíveis. No entanto, conforme Moragas e Lopez (1994: 174), "a lógica da sua evolução não parece ser a lógica dos interesses culturais mas a dos grandes interesses industriais relacionados com as infraestruturas da comunicação".

Assim, no caso brasileiro, ao invés de se deixar levar pela corrente, seria interessante analisar com profundidade o significado destas tensões entre o global, o nacional e o regional/local e procurar distribuir com equilíbrio não só quantitativa mas qualitativamente os conteúdos, levando-se em consideração todo o seu contexto.

Neste sentido, seria oportuno observar, aproveitando-se os dados da pesquisa, que além do risco do nacional impor-se sobre o local, há outro tipo de problema: o do local fechar-se em si mesmo, num isolamento em relação aos demais temas. O que pode significar um empobrecimento cultural uma vez que o conhecimento amplo dos contextos que configuram a realidade cotidiana possibilita o desenvolvimento de uma clara consciência de cidadania.

Talvez seja o caso, inclusive, de se estudar

um aumento dos temas internacionais, relacionando-os com os locais e os nacionais buscando uma maior abrangência da realidade. Principalmente tendo-se em vista a existência do MERCOSUL que, num certo sentido, fará com que a sociedade passe a se perceber como partícipe de um entorno mais amplo, como cidadãos de um bloco ao mesmo tempo que de um país.

Este é portanto, um momento adequado para se abordar a questão. E não se trata de uma utopia. É perfeitamente possível através de debates, encontros e discussões entre o setor público, o privado, as escolas de Comunicação, as entidades representativas da sociedade e a comunidade em geral procurar privilegiar este assunto, sem significar uma interferência na liberdade de expressão das emissoras. O MERCOSUL seria um dos fóruns adequados para isto. O subgrupo de trabalho sobre as Comunicações, por exemplo, poderia colocar o tema em pauta. Quem sabe um "Livro Branco" sobre as Comunicações no MERCOSUL não seria oportuno? O Conselho de Comunicação Social, que aguarda a sua implantação, também poderia ser uma instância de discussão, a exemplo de outros países que já contam com esta possibilidade, como a França, Portugal, Estados Unidos e outros. O importante é tomar consciência desta nova realidade e dos desafios que traz consigo, procurando atuar com clareza sobre os mesmos.

Notas

- 1 A entrevista de Martin Bangemann foi concedida a ITURBE, Begoña e JIMÉNEZ, Manuel R. (1996): "El empleo solamente aumentará en los sectores de la información y las telecomunicaciones". In *Revista Telos* No. 174, Madrid: Fundesco.
- 2 Cf. DENNIS, Everette E.: "Configuración y comprensión de la inminente Superautopista de la Información". In DENNIS, DERTOUZOS, NOSTY, NOZICK, SMITH (1996) *La Sociedad de la Información: Amenazas y Oportunida-*

des. Madrid: Ed. Complutense.

- 3 Cf. DERTOUZOS, Michael (p.110): "Colóquio-Debate". In DENNIS, DERTOUZOS, NOSTY, NOZICK, SMITH (1996). *La sociedad de la Información: Amenazas y Oportunidades*. Madrid: Ed. Complutense. M. Dertouzos é diretor do Laboratório de Ciências da Computação do MIT - Massachusetts Institute of Technology.
- 4 Consultar COMISIÓN EUROPEA(1994): "Crecimiento, Competitividad, Empleo. Retos y Pistas para entrar en el Siglo XXI". *Libro blanco*. Bruselas: CECA-CE-CEEA.
- 5 Cf. *Demonstrações Contábeis Embratel*. "Mensagem do Presidente". (1997) Embratel, Internet.
- 6 Ver FORD, Aníbal: "Decidir em situações de incerteza". In HAUSSEN, Doris F. (org. 1993) *Sistemas de Comunicação e Identidades na América Latina*. Porto Alegre: Edipucrs/Intercom.
- 7 Ver JACKS, Nilda, ESCOSTEGUY, A.C. e outros (1996): *Indústria Cultural Gaúcha: Estudo dos Meios de Comunicação de Massa e a sua inserção na cultura local e regional*. Porto Alegre: Fapergs.

Referências

- BELAU, Angel Faus. "Rádio y Poder Político". In FUNDESCO (1997). *Comunicación Social 1996/Tendencias: Poder, democracia y medios de comunicación*. Informes Anuales. Madrid: Fundesco.
- COMISIÓN EUROPEA (1994). *Crecimiento, Competitividad, Empleo: Retos y Pistas para entrar en el Siglo XXI*. Bruselas: CECA-CE-CEEA.
- CONSEJO EUROPEU (1994). *Europa y la sociedad global de la información: Recomendaciones al Consejo Europeo*. Bruselas: CE.
- DENNIS, E., DERTOUZOS, M., NOSTY, B. N., NOZICK, R., SMITH, A. (1996). *La Sociedad de la Información: Amenazas y Oportunidades*. Madrid: Ed. Complutense.
- HAUSSEN, Doris F. (org. 1993). *Sistemas de Comunicação e Identidades na América Latina*. Porto Alegre: Edipucrs/Intercom
- HAUSSEN, Doris F. (1997). *Rádio e Política: Tempos de Vargas e Perón*. Porto Alegre: Edipucrs

IANNI, Octávio (1996). *A Era da Globalização*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

JACKS, Nilda, ESCOSTEGUY, A.C. e outros (1996). *Indústria Cultural Gaúcha: Estudo dos Meios de Comunicação de Massa e a sua inserção na cultura local e regional*. Porto Alegre: Fapergs.

MEDITSCH, Eduardo (1996). *A especificidade do Rádio Informativo: Um estudo da construção, discurso e objetivação da informação jornalística no rádio a partir de emissoras especializadas de Portugal e do Brasil em meados da década de 90*. Lisboa: Tese de doutoramento apresentada à Universidade Nova de Lisboa.

MORAGAS, Miquel e LOPEZ, Bernat (1994). "Les Regions: una questió pendent en la política àudio-visual europea". In *Anàlisi: Quaderns de Comunicació i Cultura*. No. 17, Barcelona.

MURCIANO, Marcial (1996). "Las políticas Públicas de Comunicación en Europa: Un análisis desde la perspectiva de los macroespacios regionales". Texto apresentado em Londrina: Paraná, no *Congresso da Intercom/96*.

NEWTON, Gregory D. (1996). "Localism, diversity, and the public interest policy implications of DAB and DARS". In *The Journal of Radio Studies*. Vol. III. Topeka, USA: Washburn University.

ORTIZ, Renato (1994). *Mundialização e Cultura*. São Paulo: Ed. Brasiliense.

PIRES, Francisco Lucas (1996). *Regionalização e Europa*. Lisboa: Universidade Autónoma de Lisboa (UAL).

RODRIGUES, Adriano. "A Linguagem da Rádio in *Sociedade Portuguesa de Autores*" (1996). *Colóquios sobre Rádio*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.